

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Campaña de comunicación “019: Por una tenencia responsable”

María Mercedes Vargas Vaca

Comunicación

**Trabajo de fin de carrera presentada como requisito para la obtención
del título para la obtención del título de comunicación.**

Mayo 2023

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS

HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

**Campaña de comunicación “019: Por una tenencia
responsable”**

María Mercedes Vargas Vaca

Nombre del profesor, Título académico

María José Enríquez, PhD

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: María Mercedes Vargas Vaca

Código: 0210465

Cédula de identidad: 1752260438

Lugar y fecha: Quito, 18 de mayo de 2023

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>

RESUMEN

Esta investigación pretende demostrar y concienciar la tenencia responsable de mascotas, la misma que busca mejorar la calidad de vida de los animales y el bienestar animal de los mismos. El principal objetivo de este trabajo es que las personas sean más responsables al tener una mascota, es importante saber que la tenencia responsable viene con la educación a las personas, el trabajo propuesto es para que las personas también se informen sobre las leyes que ya existen y están vigentes en el Ecuador sobre la tenencia responsable de mascotas. Nuestro público objetivo es llegar a las personas que tienen mascotas en sus casas llegando a establecer un vínculo entre el animal y la persona.

Palabras clave: tenencia, responsabilidad, mascota, comunicación, leyes, concientización, mascota.

ABSTRACT

This research aims to demonstrate and raise awareness of responsible pet ownership, which seeks to improve the quality of life of animals and their animal welfare. The main objective of this work is that people are more responsible when having a pet, it is important to know that responsible ownership comes with educating people, the proposed work is so that people are also informed about the laws that already exist and are in force in Ecuador on responsible pet ownership. Our target audience is to reach people who have pets in their homes, establishing a link between the animal and the person.

Keywords: possession. responsibility, pet, communication, laws, awareness, pet.

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO I: TENENCIA RESPONSABLE	12
1.1 ANTECEDENTES Y TENENCIA RESPONSABLE.....	12
1.2 CONTEXTO LEGAL.....	13
1.2.1 ORDENANZA 048	14
1.3 QUITO Y TENENCIA RESPONSABLE	15
CAPÍTULO II: BIENESTAR ANIMAL.....	17
2.1 TENENCIA RESPONSABLE Y BIENESTAR ANIMAL	17
2.2 EFECTOS POSITIVOS	19
2.3 EFECTOS NEGATIVOS	21
2.3.1 MALTRATO ANIMAL	23
CAPÍTULO III: COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO	24
3.1 COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO Y DESARROLLO	24
3.2 COMUNICACIÓN ESTRATEGICA	25
3.3 MARKETING DIGITAL Y MARKETING SOCIAL	27
CAPÍTULO IV: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN	30
4.1 PRESENTACIÓN DE LA CAMPAÑA	30
4.1.1 PERTINENCIA DEL TEMA.....	30
4.2 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.....	31
4.3 PLANIFICACION DE LA CAMPAÑA	32

4.3.1 CONCEPTO DE LA CAMPAÑA	32
4.3.2 NOMBRE DE LA CAMPAÑA	32
4.3.3 MISIÓN	32
4.3.4 VISIÓN	32
4.4 EJE DE LA CAMPAÑA	32
4.4.1 GRÁFICA Y COLORES CORPORATIVOS.....	33
4.5 COLORES	33
4.6 PÚBLICOS	34
4.6.1 PÚBLICOS ESTRATEGICOS Y ALIADOS.....	34
4.6.2 PÚBLICOS DE INTERES.....	35
4.7 OBJETIVOS.....	35
4.7.1 OBJETIVO GENERAL.....	35
4.7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	35
4.8 FASES DE LA CAMPAÑA.....	36
4.9 EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA.....	37
4.9.1 CONTENIDO EN REDES SOCIALES.....	37
4.9.2 CONTENIDO CAMPAÑA DIGITAL.....	41
4.9.3 GESTIÓN DE MEDIOS.....	42
4.9.4 RESULTADOS DE LA FASE DE EXPECTATIVA.....	42
4.9.5 RESULTADOS DE LA FASE INFORMATIVA.....	43
4.9.6 RESULTADOS DE LA FASE DE RECORDACIÓN.....	44

4.10 LOGROS NO ESPERADOS.....	44
CONCLUSIONES.....	45
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	46
ANEXOS.....	49

INTRODUCCIÓN

En Quito, existe un problema de sobre población de animales que están abandonados y viven en las calles; en marzo del 2022 se realizó un censo en el distrito metropolitano de Quito para identificar la población de perros y gatos que viven en la calle. Los resultados dieron que existen 1'329.790 perros y gatos que no tienen un hogar, Alexandra Troya jefe de la unidad de vigilancia e Investigación de Bienestar Animal menciona que no todos los animales tienen propietarios responsables y por esta razón encuentran como un refugio en las zonas urbanas (Troya. A, 2022).

La tenencia responsable de las mascotas es muy importante ya que recae en los propietarios o amos de las mascotas, los cuales tienen obligación de brindarles bienestar y los cuidados necesarios para su desarrollo con la finalidad de mantener una buena relación entre el ser humano y el animal. Con lo mencionado anteriormente, Quito tiene un alto porcentaje de perros y gatos que viven en las calles donde están enfrentándose a peligros como atropellamientos, maltrato por parte de las personas, no tienen una buena alimentación, pueden contraer enfermedades a lo largo del tiempo y esto se convierte en un problema de salud pública ya que las mascotas pueden transmitir ciertas enfermedades a los humanos. Sin embargo, la presencia de perros en las calles también puede generar un deterioro del medio ambiente ya que, los animales al intentar conseguir un poco de alimento rompen las fundas de basura y esparcen el contenido de las mismas (Benalcázar, 2019).

Este problema ha ido creciendo año tras año, las autoridades no toman en cuenta el porcentaje de perros y gatos que viven en las calles y sufren del maltrato que son objeto por parte de la ciudadanía. (Cisneros. J, 2015) indica: “No son regalos, son seres vivos irracionales, pero sienten, piensan y sobre todo han sido creados para un propósito en la vida”. Es por esto que la ordenanza 048 del Distrito Metropolitano de Quito regula la tenencia, protección y control de la fauna urbana y establece las condiciones para una buena convivencia. Por otro lado, hay que recalcar que en el Ecuador rige el Código Orgánico Integral Penal que también contempla sanciones a las personas que realicen actos que atenten contra el bienestar de los animales.

Es necesario que las personas se informen sobre cuáles son las consecuencias que podrían ocurrir si se abandona a una mascota, es por ello que socializar y educar a la comunidad para una tenencia responsable de las mascotas se constituye en un pilar

importante para la convivencia de animales y el hombre en nuestras ciudades; sin embargo esta labor no es de corto tiempo e implica un proceso educativo continuado hasta que se vea como una forma normal de información en la sociedad que ayude a considerar que los seres humanos y las mascotas deben convivir respetando los espacios y un trato de respeto con todos los seres vivos, conservando las respectivas distancias.

La comunicación es clave en esta problemática, la investigación que se realizará aportará con elementos que a su vez serán la base para elaborar un plan de difusión que con la ayuda del marketing digital ayudará a socializar la tenencia responsable de mascotas fomentando un cambio en nuestra sociedad, y apoyando al cumplimiento de lo establecido en la ordenanza 048 del Distrito Metropolitano de Quito.

1.1 Antecedentes y tenencia responsable

En Quito, existe un problema de sobre población de animales que están abandonados y viven en las calles; en marzo del 2022 se realizó un censo en el distrito metropolitano de Quito para identificar la población de perros y gatos que viven en la calle. Hasta antes de la pandemia por COVID-19 (marzo 2020), en Quito había un promedio de 600.000 perros abandonados. Actualmente, hay un promedio de 183 canes vagabundos por cada kilómetro cuadrado, es decir, 770.000. Es decir, paso de 1 a 10 casos diarios en abril del 2020.

Cabe aclarar que el control del manejo de la fauna urbana recae sobre el municipio de Quito , no obstante dicha actividad no ha sido visible, así lo menciona Diario el Comercio... el cual no hemos visto un plan estratégico donde exista una disminución a este problema que existe en la ciudad, sin embargo, no totalmente recae sobre ellos, la ciudadanía debe asumir el compromiso del cuidado de sus mascotas tomando en cuenta la convivencia con los mismos durante todas las etapas de su vida y atendiendo las necesidades de cada una de ellas.

Hay que comprender que es la tenencia responsable partiendo desde el significado de tenencia que a esta misma se lo denomina como la propiedad que se tiene sobre algo, es decir, la tenencia de un objeto o de un bien, lo que permite es su manipulación y por supuesto su control (Ucha, 2015). Por lo cual, se recalca que esta misma pueda ser usada en diferentes contextos. Al momento de hablar de tenencia responsable se la denomina: como la buena disposición que tiene una persona para aceptar una mascota, la cual implica deberes, obligaciones y derechos que esta tiene para satisfacer sus necesidades (Botero, 2009).

La convivencia responsable y armónica se refiere a las acciones que los seres humanos debemos seguir para vivir en armonía con los animales de la ciudad, esto significa que, como ciudadanos y ciudadanas debemos mantener costumbres que eviten el sufrimiento animal. El bienestar animal también es parte de la tenencia responsable de una mascota partiendo de esto primero hay que saber que significa el mismo, el bienestar animal designa el estado físico y mental de un animal en relación con las condiciones en las que vive y muere (OMSA, 2020).

Según la OMSA (Organización Mundial de Sanidad Animal), se guían en directrices en materia de bienestar de los animales terrestres incluyen las “cinco libertades” enunciadas en 1965 y ampliamente reconocidas, describen las expectativas de la sociedad en cuanto a las condiciones que están sometidos los animales cuando están bajo control del hombre es decir: libre de sed y de desnutrición, libre de temor y de angustia, libre de molestias físicas y térmicas, libre de dolor, de lesión y de enfermedad y libre de manifestar un comportamiento natural.

1.2 Contexto Legal

La tenencia responsable y el bienestar de los animales es importante seguirla fomentando en las personas, no solo como responsabilidad de las personas si no como parte de la educación de todos los mismos, también el respeto a la vida ya sea en diferentes formas es importante tenerlas escritas y normales para que en ningún momento se trate de incumplir con los derechos de los seres vivos y si esta se incumple debe ser pagada con lo que se acuerde. Se debe puntualizar los principales deberes y obligaciones para los que tienen una mascota y conviven con ella.

El abandono de animales de compañía no es nuevo en Quito, pero con la Ordenanza 019, que el Municipio aprobó el 5 de enero de 2021 se esperaba disminuir los índices de

esta problemática. El objetivo de esta ordenanza es regular y controlar la fauna urbana, garantizando los principios de bienestar animal en la tenencia, crianza, comercialización, producción, transporte, eutanasia; así promoviendo la tenencia responsable, la convivencia armónica, la protección y el desarrollo natural de las especies evitando el maltrato, la crueldad, el sufrimiento y las deformaciones de sus características físicas en el marco de la salud pública. Cabe recalcar que la ordenanza rige para todos los habitantes del Distrito Metropolitano de Quito, en especial tenedores permanentes o temporales, guías, educadores, adiestradores de animales, personas naturales y jurídicas, etc. También rige para consultorios, clínicas, hospitales, unidades móviles veterinarias y de esterilización, centros de rehabilitación y fisioterapia, veterinarios de todo tipo de organizaciones que se dediquen al rescate, refugio y cuidado de un animal.

A partir de ahora es obligatorio ingresar los datos de los animales y entidades relacionadas con la fauna urbana en el Registro Metropolitano de la Fauna Urbana, que será una plataforma informática a disposición de los ciudadanos a partir de los 90 días. Por otro lado, el artículo 47 menciona que “Queda expresamente prohibida la posesión, entrenamiento y utilización de animales es espectáculos circenses en el Distrito Metropolitano de Quito” (Quito, 2021).

1.2.1 Ordenanza 048

Por otro lado, existe la ordenanza 048 que fue aprobada en el 2011 la cual es regular la fauna urbana en el Distrito Metropolitano de Quito, con el fin de compatibilizar este derecho con la salud pública, el equilibrio de los ecosistemas urbanos, la higiene y la seguridad de las personas y bienes. Sin embargo, dentro de la misma se encuentra el artículo 123 de la ley orgánica de salud que dice que es obligación de los propietarios de animales domésticos vacunarlos contra la rabia y otras enfermedades que la autoridad

sanitaria nacional declare susceptibles de causar epidemias, así como mantenerlos en condiciones que no constituyan riesgo para la salud humana y la higiene del entorno. El control y manejo de los animales callejeros es responsabilidad de los municipios, en coordinación con las autoridades de salud (Quito, 2015).

Al no cumplir con las responsabilidades frente a nuestros animales de compañía existen algunas sanciones descritas en la ordenanza, comenzando con las más leves las cuales serán sancionadas con la multa que va del 10% al 21% de una Remuneración Básica Unificada, a las infracciones graves serán sancionadas con una multa que va del 45% al 90% de una remuneración Básica Unificada y las infracciones muy graves serán sancionadas con una multa de 10 remuneraciones básicas unificadas. Por otro lado, el artículo 250 nos habla de las peleas o combates entre perros en la que describe que la persona que haga participar perros, los entrene, organice, promocióne o programe pelea entre ellos, serán sancionada con pena privativa de la libertad de 7 a 10 días, sin embargo, en el caso de que el animal muera sería sancionada con pena privativa de 15 a 30 días (Quito, 2015).

Cabe mencionar que el problema que aun ni se aborda en el Ecuador, es aclarar la ley actual no cabe duda que la ley 048 fue aprobada en el año 2011, pero la misma no funciona en cuanto a maltratos animales sin lesiones, abandono, la afectación a la integridad y la salud del canino, zoofilia y por último el bestialismo. Sin embargo, el código Orgánico Integral Penal maneja el artículo N°. 249 el cual tipifica como delito cualquier tipo de abuso o muerte de mascotas (Ecuador, 2018).

1.3. Quito y tenencia responsable

Tener mascotas y ser responsables son cosas con las que deben complementarse, al pensar en tener una mascota en casa lo principal que deben preguntarse las personas es si verdaderamente están dispuestos a cuidar a la mascota ya que al tener una mascota o varias en casa se debe organizarse para cuidarlos dependiendo de los requerimientos que necesitan cada una de las mascotas como la alimentación, cuidado, higiene, disponer de tiempo para pasearlo y lo principal si la mascota convive con varias personas de una misma casa es responsabilidad de todos que la mascota este bien , como antes mencionado tener una animal en casa implica muchas cosas ya que conlleva mucha responsabilidad y tiempo. Por otro lado, es necesario identificar cual es el tipo de mascota que estes dispuesto a cuidar ya que no es lo mismo tener un gato que un perro, en el tal caso de tener perro también es importante determinar la raza porque existen razas pequeñas y razas grandes, todo lo mencionado anteriormente es de acuerdo al espacio que tengas ya sea un departamento o una casa con patio (Mirón, 2017).

Sin embargo, hay que tomar en cuenta que la parte económica también es importante al tener una mascota ya que es diferente la alimentación de un perro de raza pequeña a uno de raza grande. También es necesario llevarlo al veterinario, para el control de las vacunas, desparasitación o por cualquier enfermedad que pueda presentarse a lo largo de la vida de la mascota.

Una de las quejas más frecuentes con respecto a las mascotas es el manejo de sus desechos, así como las condiciones de seguridad y salubridad en las zonas comunes de todos los habitantes. Entendemos que las mascotas nos pueden recoger sus excrementos, por lo que es responsabilidad de la persona recogerlo, al tener un mal manejo de las mismas puede transmitir patologías zoonóticas a los seres humanos e incluso pueden transmitir enfermedades entre los animales.

CAPÍTULO II

2.1 Tenencia Responsable y Bienestar Animal

La tenencia responsable es un conjunto de responsabilidades que asume una persona cuando decide adoptar y tener una mascota o mascotas. En su momento se deberá registrarlo oportunamente ante las autoridades competentes, brindarle alimento, albergue y buenos cuidados, brindarle los cuidados veterinarios necesarios para su salud y protegerlo del sufrimiento por el resto de su vida. La tenencia responsable también significa la responsabilidad de tomar todas las medidas necesarias para evitar que una mascota o mascotas dañen a otras personas o a su propiedad. Los propietarios también son responsables de su alimentación, de la gestión de higiene, en particular la recogida y la eliminación de heces y el cumplimiento de las demás obligaciones establecidas en la ley y sus normas complementarias (López, 2017).

Como dueños responsables debemos recordar que las mascotas merecen tanto respeto como los humanos. Deben ser tratados con cuidado porque se han convertido como un miembro más de la familia, los que saben de comportamiento animal recomiendan que todos los animales hagan ejercicio varias horas al día para evitar el estrés, las enfermedades y los cambios de comportamiento. En cuanto al cuidado de las mascotas, los perros solo deben bañarse una vez cada dos o tres meses (al menos una vez al mes); los gatos no lo necesitan ya que se acicalan a diario, aunque pueden cepillarse cada dos o tres meses. Es muy importante cepillar diariamente a perros y gatos, mantenerlos limpios, quitarles el pelo suelto, revisarles las orejas, los oídos o se detecta parásitos externos como pulgas, garrapatas o problemas en la piel (ANPA, 2014).

Tanto los perros como los gatos necesitan constante y buena atención veterinaria, el veterinario ya que su papel es muy importante para el dueño responsable de la

mascota, donde viene hacer el guía para los Propietarios en cuanto a higiene, prevención y control de diversas enfermedades animales, que en muchos casos pueden ser riesgo para la salud humana.

Por otro lado, está el bienestar animal que también es algo importante que debemos informarnos para tener claro debemos entender el significado el cual se explica que se refiere a la condición física y emociones influenciadas por el entorno, lugares, actitudes y prácticas de donde viven y están los animales, el bienestar es un estado que está en constante cambio donde estos factores harán que el bienestar fluya de una forma positiva o negativa o llegue a un punto medio.

Las personas deberían preocuparse por el bienestar de los animales ya que dentro de la misma se considera la ciencia, la ética y el derecho. En algunos casos debemos preocuparnos porque así lo dice la ley, en otros casos debe hacerse porque la evidencia contribuye a la formación de creencias éticas sobre lo que es correcto, pero si nos ponemos analizar los animales domésticos trabajan duro para darnos muchas cosas que nos permiten sobrevivir por ejemplo carne, leche, etc.; por lo que nos tenemos que asegurar que tengan una vida digna. Las mascotas son miembros que llegan a contribuir día a día y que pueden sentir dolor, miedo y estrés, así como diferentes emociones positivas, es decir, debemos cuidar a nuestras mascotas lo mejor que podamos para tener personas felices y saludables (Brooke,2018).

Existen cinco libertades para las mascotas, tras la reacción de un libro Máquinas Animales que fue escrito en 1964 el gobierno británico respondió al mismo donde se aplican a todos los animales y nos recuerdan que ofrecer y qué buscar para evaluar saludable. Si bien puede no ser verdadero esperar que un animal de trabajo sea capaz de alcanzar las cinco libertades al mismo tiempo, es importante que los propietarios y

usuarios sean conscientes de que el tiempo y los recursos invertidos contribuyen al estado de bienestar del animal las cuales son:

- La carencia de hambre y sed, la cual se mantenga una salud plena y vitalidad con fácil acceso a agua fresca y alimentos.
- Ausencia de molestias al proporcionar un entorno adecuado, incluyendo refugio y lugares de descanso.
- Ausencia de dolor, lesión o enfermedad mediante prevención o diagnóstico y tratamiento oportuno.
- Libertad para expresar un comportamiento normal, teniendo suficiente espacio y la sociedad de la especie animal en sí.
- Libre de miedo y dolor, brindando condiciones y tratamiento que previenen enfermedades mentales.

2.2 Efectos positivos

Debido al rápido crecimiento de la población y la reducción del espacio público, los residentes de las grandes ciudades a veces perciben los entornos urbanos como fríos y hostiles. En cierto sentido, la presencia de animales promueve la cercanía con el entorno natural y promueve el respeto por la naturaleza en los hombres y mujeres que viven en él. Las conclusiones de diversos estudios realizados por medios científicos de diversas disciplinas llevan a la conclusión de que la propiedad de la tierra, las mascotas pueden ser beneficiosas para las personas desde el punto de vista de la salud.

La mayoría de los estudios realizados en Australia, el Reino Unido, Alemania y los EE. UU., países con una larga tradición y experiencia de los efectos beneficiosos de tener una mascota, muestran que las personas que viven con mascotas han mejorado su

autoestima, ha reducido el estrés, ven incremento en su bienestar psicológico, entre otros. Aunque estos estudios muestran los beneficios para la salud de tener animales, es importante recordar que no todas las familias tienen experiencias positivas. Se debe asegurar que el tipo de animal elegido se adapte al estilo de vida del individuo o familia, sus hábitos, experiencia y expectativas. No hay que olvidar que los animales dependen totalmente de los humanos y requieren de mucho cuidado y atención.

Tener una mascota es un factor protector en caso de enfermedades cardiovasculares, reduce la presión arterial, disminución de la frecuencia cardíaca, acariciar a una mascota libera el estrés por la soledad y se liberan endorfinas al acariciar a la mascota. Los dueños de los perros tienen una actividad física más alta es por eso que tienen una mejor salud donde se refleja menos visitas al médico, las mascotas están certificadas al tener un efecto psicológico y emocional significativo en pacientes que permiten que las enfermedades crónicas sean más tolerables e incluso se pueden convertir en recuperación en algunos casos.

El impacto de las mascotas es tan grande en la vida pública donde está descrito como antídoto del anonimato humano en la sociedad actual, promoviendo así interacciones con personas desconocidas. Para los niños, las mascotas desarrollan un sentido de responsabilidad, cuidado y conexión, estas relaciones ayudan a tener confianza y amistad lo cual a lo largo del tiempo son cualidades que permanecen y fortalecen a medida que los niños crecen. Para los adultos, las mascotas asumen nuevos roles y brindan compañía a quienes viven solos; permiten la comunicación con otras personas, por ejemplo, el dueño paseando al perro, la comunicación es limitada y puede expandir su amor y devoción a sus mascotas. Para algunos, la presencia de mascotas adquiere un significado más preciso, con entrenamiento las mascotas pueden ayudar a sus dueños a llevar una vida más normal, como perros guía para ciegos u otros animales han sido

entrenados para ayudar a las personas sordas a reconocer y responder señales que normalmente no podrían percibir.

2.3 Efectos negativos

A pesar de las ventajas de las mascotas, no debemos olvidar que la convivencia en las ciudades no siempre es fácil y que los animales también pueden causar graves molestias a terceros en nuestro entorno urbano. Compartir el espacio público urbano con animales puede crear desconfianza entre algunos vecinos de que son un obstáculo para la convivencia. Uno de los temas más urgentes relacionado con la actitud indignante de la población es el abandono de animales, por otro lado, los riesgos sanitarios y sociales que plantean los animales abandonados son múltiples, especialmente cuando su número aumenta significativamente; también existe en términos de salud pública, estos animales carecen de cuidados mínimos básicos y pueden convertirse en portadores de enfermedades infecciosas. También los animales abandonados que deambulan libremente por las calles pueden provocar accidentes de tráfico o agresiones a personas u otros animales.

Entre los efectos negativos que derivan de la gran presencia de animales abandonados en las calles es que hay mayor presencia de excrementos en los espacios públicos, que incide en la salud pública y en el ambiente, comportamientos no adecuados de los perros ya que no tienen una buena educación, conflictos derivados del mal uso de los espacios públicos, especialmente de las zonas verdes y parques infantiles, dispersión de basura en las calles y podrían causar enfermedades infecciosas a otros animales de su misma especie.

Otro de los efectos negativos es el abandono de las mascotas donde vienen a ser un caso de irresponsabilidad como ciudadanos, en la que el perro es la víctima y la sociedad en conjunto se ve afectada física como psicológicamente. La lucha contra el abandono

debe ser responsabilidad conjunta de la sociedad y el gobierno para promover la conciencia y las buenas obras del bienestar animal, sin distinguir los derechos de los perros domésticos, perros callejeros o de raza (Alvarado, 2016).

Como lo mencionan anteriormente es una irresponsabilidad de las personas al abandonar al animal, sin embargo, esas mismas personas no toman en cuenta cuales serían las afectaciones hacia el animal como por ejemplo en algunos casos se vuelven más vulnerables o más agresivos ya que no vuelven a confiar en las personas y eso viene a ser un problema porque no se puede tratarle fácilmente a la mascota. Es por esto que si un animal es abandonado la persona será sancionada de acuerdo a las ordenanzas ya explicadas anteriormente.

2.3.1 Maltrato animal

Las formas del maltrato animal pueden ser directas e indirectas, al mencionar directa quiere decir que es de una forma intencional donde se hace presente con conductas agresivas y violentas como la tortura que puede llegar hasta la muerte del animal, la indirecta se presenta de otras maneras especialmente quitándoles los cuidados básicos es decir no dándoles de comer, no tener una atención al veterinario como consecuencia de esto llevándolo al animal al abandono.

El maltrato animal no solo se limita en ellos sino que es un factor que predispone a las consecuencias de la violencia social, hay que tomar en cuenta que en las familias que se desarrolla la violencia, esta se dirige con mas frecuencia a los más débiles incluyendo a ancianos, mujeres, niños y mascotas, por otro lado, los que observan este tipo de maltratos se acostumbran y minimizan el tema y tratan de no dar importancia pero al parecer los mismos que ven están relacionados con otras formas de crueldad.

(Fernández, 2013).

El maltrato animal no solo es cruel y deplorable, sino que puede tener importantes consecuencias para el perro que lo padece; en situaciones de maltrato, una mascota necesita una reeducación especial que le ayude a confiar en su nuevo dueño y le dé la tranquilidad y calidad de vida que todo perro se merece. La paciencia y las demostraciones de amor es clave para ayudar a una mascota maltratada a confiar en una nueva familia. Los perros que sufren de maltrato físico y psicológico pueden desarrollar serios problemas de conducta como la desconfianza hacia las personas u otros perros, la tristeza, síntomas de depresión e incluso en ciertos comportamientos agresivos pueden explicarse en ocasiones por maltrato. El abuso repetido durante meses e incluso años a menudo exagera los comportamientos inusuales de tristeza y depresión que son característicos de un perro maltratado. Es importante socializar a las personas sobre las consecuencias del maltrato animal así mismo sobre las leyes que protegen a los animales los cuales al ser infraccionados serán sancionados de acuerdo a lo estipulado en la ley. Como se mencionó anteriormente, el abandono de mascotas está muy relacionado con el cuidado responsable de las mascotas y se deben desarrollar alternativas de comunicación para mejorar el cuidado de las mascotas y el evitar el maltrato y abandono.

Capítulo III

3.1 Comunicación para el cambio y desarrollo

La comunicación tiene que ver con el desarrollo económico y la sociedad surgió en los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial donde se desarrollaron con diferentes características en diferentes contextos. Una de sus principales premisas es que la información y el conocimiento son en sí mismos factores de desarrollo y que las tradiciones y culturas locales crean obstáculos para que los países del Tercer Mundo alcancen el nivel de desarrollo equivalente al de los países industrializados (Tufté, 2015).

La comunicación para el desarrollo enfatiza las tecnologías apropiadas que pueden llevar a cabo los agricultores pobres y también aumenta la necesidad de establecer flujos de comunicación, conocimiento e información en las comunidades locales, técnicos y expertos de campo institucionales, en lugar de asumir que la solución es una transferencia de conocimiento unidireccional. Otro aspecto único de la comunicación para el desarrollo es un énfasis en capacitar a los agentes de cambio en habilidades de comunicación y desarrollar materiales apropiados para el cambio (Tufté, 2015).

La formación y formalización de la comunicación social en 1997, impulsada por la Fundación Rockefeller, insistió en la construcción de una nueva idea de comunicación para el cambio social, que incluía que este cambio estaba destinado tanto al Estado como a los individuos que decidían que las acciones podían ser tomado. para lograr tus objetivos. Bajo el liderazgo de esta transformación, se propone que la sociedad debe convertirse en precursora de su propio desarrollo. La comunicación debe centrarse en el diálogo más que en la manipulación, objetivando y respetando siempre las normas sociales, culturales y políticas. (Valdés, 2017)

El desarrollo humano se entiende como un proceso donde se experimenta cambios cualitativos y cuantitativos para el bienestar de grupos de personas en diferentes ordenes de individuos y sociedades ya sea político, económico o social. Por otro lado, el concepto de comunicación también se ve afectado y ha tenido cambios importantes desde el nacimiento de la Disciplina en EEUU durante el periodo de entre guerras y la Segunda Guerra Mundial. Por un principio, se entendió como un instrumento bélico-propagandístico más, dando superioridad al carácter persuasivo, unilineal y autoritario del acto de informar y dejando escasa una retroalimentación al receptor; el ámbito de la educación para el cambio social se diferencia de modo preciso entre información y comunicación. La información es un acto unidireccional guiado a la transmisión de datos, ideas, emociones, habilidades, etc. Sin embargo, la comunicación es un proceso de doble vía donde todo transmisor puede ser receptor y todo receptor puede ser transmisor (Barranquero, 2007).

Para comunicar sobre el cambio social, se deben respetar las formas tradicionales de organización social y se les debe dar la oportunidad de ser interlocutores efectivos y representativos de acuerdo con las preocupaciones y demandas de las comunidades sociales. (Pereira & Cadavid, 2011). El cambio social es fundamental por el poder de las demandas sociales, y la voz de la comunicación se hace sentir en los espacios de debate y diálogo público, en el diálogo entre comunidades que determina las necesidades prioritarias de las personas, y en la mejora del futuro, que se espera mejorar las condiciones de vida de la sociedad, la educación y la economía (Obregón, 2007).

Al relacionarlo con el tema el cambio social es la clave de esta campaña de comunicación sobre la tenencia responsable de mascotas, donde se impartirá el dialogo con las personas y entender porque las mismas no le dan un cuidado necesario a su mascota, se buscará apoyo de varias entidades públicas las cuales están relacionadas con

las mascotas, sobre todo con el Municipio de Quito para que informen a los ciudadanos sobre las ordenanzas y leyes que existen sobre la tenencia responsable de mascotas.

3.2 La comunicación estratégica

La comunicación estratégica tiene un lugar central la frecuente confusión con otras actividades como el marketing, la publicidad, las relaciones públicas o el lobby. Para entender mejor la comunicación estratégica es la práctica que tiene como objetivo convertir el vínculo de las organizaciones con su entorno cultural, social y político en una relación armoniosa y positiva desde el punto de vista de sus intereses u objetivos. La comunicación estratégica es una herramienta disponible para las organizaciones de cualquier naturaleza como: empresas, fundaciones, entidades de gobierno, instituciones religiosas, marcas, etc. (Barrios, 2011).

Por otro lado, es fundamental encontrar diferentes espacios y oportunidades para llegar al público objetivo, el identificar las oportunidades se necesita una investigación del consumo de medios y de los hábitos y costumbres de las audiencias. Al tener investigado a nuestro público la estrategia de comunicación que se vaya a emplear va ser con más efectividad y conseguir llegar al público objetivo (Barrios, 2011).

La comunicación estratégica demostró ser de suma utilidad tanto para profesionales idóneos que pretenden poner en claro el mapa conceptual de la imagen corporativa, como para todos aquellos que necesitan tener una aproximación a este fenómeno de la comunicación estratégica. Hay que entender que comunicarse implica saber dialogar y convivir y permite comprender nuestro mundo, el contexto donde los canales y las tecnologías de comunicación se multiplican y los públicos hacen oír con su voz, no

solamente con generar monólogos hay que atreverse a tener actitud para el intercambio y construcción de consensos (Scheinsohn, 2009).

Cabe recalcar que la comunicación definitivamente es tomar partido, fijar posiciones, comprometerse y construir convivencia. Se puede decir que es como un instrumento para el éxito de una gestión, entendiendo a la comunicación como una verdadera razón de ser (Scheinsohn, 2009).

No cabe duda que existen varias estrategias de comunicación que estén relacionados con las mascotas, hay organizaciones, fundaciones, empresas que se dediquen a comercializar equipos para mascotas que ya sea por medio de redes sociales tratan de concientizar a las personas o las mismas marcas de alimento para perros las cuales apoyan a algunas fundaciones de perros abandonados. La comunicación es muy fundamental para poder educar a las personas sobre la tenencia responsable de mascotas como hemos visto que las diferentes marcas lo hacen.

3.3 Marketing digital y marketing social.

El marketing digital se puede definir como un conjunto de estrategias de marketing que tienen lugar en la web y tienen como objetivo un determinado tipo de conversación con los usuarios, caracterizado por dos aspectos básicos: la personalización y la escala. Los sistemas digitales permiten a los usuarios crear perfiles detallados no solo de características sociodemográficas, sino también de gustos, preferencias, intereses, búsquedas, compras y más. (Selman, 2017).

El marketing digital ofrece grandes ventajas porque la interacción con los consumidores hace que el proceso sea más dinámico, obteniendo más información, utilizando mucho Internet, creando una mayor audiencia con menores costos, reduciendo tiempos y costos

de venta, implementado a través de canales electrónicos utilizados para la venta en línea. y, en última instancia, proporciona beneficios en términos de una ejecución de anuncios más rápida (Vargas, 2017).

El marketing social, en su versión contemporánea, ha sido definido como "el diseño, la implementación y el control de programas calculados para influenciar la aceptabilidad de ideas sociales e involucrando consideraciones de producto, planeación, precio, comunicación, distribución e investigación de mercados". Sus acciones están dirigidas a la sociedad en su conjunto a una parte de la sociedad. Se enfoca en la solución de problemas de carácter colectivo en beneficio de los ciudadanos y siempre en beneficio de los grupos de personas involucradas (Morales, 2016).

No hay que olvidar que trabajar con marketing social significa trabajar con uno de los elementos culturales más impredecibles: la sensibilidad social. Hay muchos aspectos sociológicos y psicológicos complejos que deben tenerse en cuenta y pueden minimizarse cuando se ejecuta una campaña de marketing rentable porque son irrelevantes para el consumidor final (Morales, 2016).

Sin embargo, también existe el marketing social que está relacionado al marketing digital. La diferencia entre estas dos es que el marketing digital está más enfocado a las redes sociales, en cambio, el marketing social nos referimos justamente a la sociedad como un todo. Estas acciones van desde evaluar, analizar, plantear y gestionar estrategias de marketing que a largo plazo logren generar un cambio en el comportamiento social de las personas a las que va dirigida la campaña (Shopify, 2021).

El marketing social no se trata de ganancias, lo más probable es que requiera más inversión por el tipo de campaña que se esté realizando o el público objetivo que queramos llegar, también el proceso es lento y a veces esto es lo que detienen a muchas

personas que estén realizando este tipos de marketing por lo que hay que ser constantes en el proceso y trabajo que hagas ya que no se trata de hacer una campaña de días, semanas o meses sino que hay que hacer un trabajo constante el cual durante pase el tiempo se obtenga resultados (Shopify, 2021).

El marketing social como se mencionaba anteriormente hay que trabajarlo desde la sensibilidad de las personas, el tener manejo de las emociones es la clave para que las personas saquen ese lado sensible sin perjudicar sus emociones en sí. Si deseo llegar a mi público objetivo por medio de la comunicación sensible en cierto modo es positivo ya que por medio de una imagen o un video sobre mascotas abandonadas o creando un storytelling el cual ayude a tener más claridad sobre el problema que existe, las personas en cierto modo van a concientizar y se sensibilicen con las mascotas.

CAPITULO IV: 019, Por una tenencia responsable de mascotas

4.1 Presentación de la campaña

019: por una tenencia responsable es una campaña comunicacional cuyo objetivo es concientizar y promover la ordenanza 019 del Distrito Metropolitano de Quito, que también tiene como objetivo socializar la tenencia responsable de mascotas. Esta campaña fue lanzada el 10 de abril del 2023 en las redes sociales oficiales de la campaña, que como objetivo fue socializar la tenencia responsable de mascotas y la ordenanza 019 ya que es muy importante para las personas que tienen un animal de compañía.

Se dio paso a difundir en redes sociales la campaña, donde se dividió en tres fases: en la primera fase fue la fase de expectativa donde se informó a las personas el tema de la campaña y el público dirigido al que se va a realizar. La segunda fase fue la educativa e informativa donde se dio a conocer que es la ordenanza 019 y se habló en conversatorios sobre la misma. La última fase fue de recordación la cual se hizo una jornada de desparasitación a las mascotas de Tababela, Barrio el Vergel y socializar con las personas sobre la ordenanza 019 del Distrito Metropolitano de Quito.

4.1.1 Pertinencia del tema

La importancia de este tema es concienciar a las personas de este tema que ha seguido año tras año y que no está siendo comunicada de la manera correcta. La tenencia responsable de mascotas y la ordenanza 019 es fundamental que las personas aprendan y les puedan dar una mejor vida a sus animalitos. Es por eso que he integrado el cuarto ODS que es “Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida de todos” ya que el enfoque es educar

y comunicar a las personas mediante información adecuada de acuerdo a los públicos objetivos.

Como menciona Valdés, la comunicación debe centrarse en el diálogo y no ser sujeto a una manipulación, siempre con la objetivación y apego a las normas sociales, culturales y políticas (Valdés, 2017). Es decir, que la comunicación es un aliado que nos ayuda a promover un cambio significativo para todas las personas en este caso que cuenten con una mascota y las demás personas que estén interesados en el tema y que quieran aprender del mismo. Sin dejar atrás la ordenanza 019 del Distrito Metropolitano de Quito que es fundamental en esta campaña porque desde ahí parte todo lo que se habla en la misma.

4.2 Investigación Cualitativa

La metodología de investigación fue cualitativa y los métodos utilizados fueron sondeos de opinión a estudiantes universitarios, encuestas a adultos que tienen una mascota y entrevistas a veterinarios. En los sondeos de opinión a estudiantes se preguntó si sabían de la ordenanza 019 donde los resultados dieron que el 90% de las personas no saben cuál es la ordenanza 019, en las encuestas que se realizaron a adultos, los resultados más relevantes fueron que el abandono es la actividad de maltrato que más se usa en la actualidad, también la mayoría de personas encuestadas no conocen sobre las sanciones que existen en caso de no cumplir la ordenanza 019.

Por otro lado, los veterinarios fueron fundamental en esta investigación ya que abordaron el tema de la importancia de saber la ordenanza 019 y la tenencia responsable de mascotas para que las personas que cuentan con una sepan cómo cuidar de la mejor manera a sus mascotas, cabe aclarar que esta ordenanza está vigente desde el 2020 y que esta ordenanza solo rige dentro del distrito metropolitano de Quito.

4.3 Planificación de la campaña

4.3.1 Concepto de la campaña

019 por una tenencia responsable se creó en base al tema que se iba a tratar, las personas no conocen de la ordenanza 019 del Distrito Metropolitano de Quito la cual habla sobre el bienestar animal y de las 5 libertades de los animales; sin dejar atrás la tenencia responsable de mascotas que en sí va ligado con la ordenanza.

4.3.2 Nombre de la campaña

019: Por una tenencia responsable

4.3.3 Misión

019: Por una tenencia responsable es una campaña que busca socializar y educar sobre la ordenanza 019 del Distrito Metropolitano de Quito y la tenencia responsable de mascotas donde las personas puedan tomar conciencia de lo que es tener un animal de compañía.

4.3.4 Visión

Ser la primera campaña en socializar y educar a las personas sobre la ordenanza 019 dentro del Distrito Metropolitano de Quito, en un futuro ser la primera campaña en hacer un cambio en la población de los animales más en las zonas urbanas y rurales con el fin de que los tutores responsables de las mascotas cumplan con las 5 libertades que un animal de compañía se merece.

4.4 Eje de la campaña

Es una campaña que busca socializar y educar a las personas sobre la ordenanza 019 del Distrito Metropolitano de Quito, que a su vez conecta con la problemática de que las

personas tienen este desconocimiento de la ordenanza y evitar cualquier tipo de maltrato donde van en contra de las 5 libertades que tienen los animales.

4.4.1 Gráfica y colores corporativos



Variantes

Logo



Símbolo



4.5 Colores



#7fd958



#ac6135



#fef9ea

4.6 Públicos

Los públicos beneficiados se dividen en tres partes: para todo público, estudiantes de colegios y estudiantes universitarios. Dentro de estos se logro informar y educar en diferentes escuelas de la ordenanza 019 y los diferentes temas que conlleva la tenencia responsable de mascotas.

4.6.2 Públicos Estratégicos y Aliados

Nuestros aliados estratégicos es la Facultad de Medicina Veterinaria de la Universidad Central del Ecuador, Dr. Javier Vargas, decano de veterinaria de la UCE. Stella de la Torre coordinadora de USFQ Pet friendly nos ayudó con nuestra primera etapa que era informar sobre los cuidados que debe tener un animal de compañía y socializamos con un grupo de estudiantes del Sauce la ordenanza 019. Otro de nuestros aliados estratégicos fue la escuela Ricardo Rodríguez ubicada en Pifo donde se realizó una capacitación a los estudiantes de 10mo de básica. Lorena Robalino fundadora de Lula Pet Clan fue otra de nuestros aliados estratégicos donde se hizo un live y conversamos sobre la ordenanza 019 y porque es tan importante difundirla.

Por otro lado, Tadec empresa de insumos veterinarios fue otro de nuestros aliados estratégicos para poder realizar la campaña de desparasitación para los animales de compañía en el Sector de Tababela Barrio El Vergel, así también con el apoyo de la Directiva del mismo barrio para lograr desparasitar a las mascotas, dando así la desparasitación de 150 mascotas que habitan en el mismo sector.

Para la última fase de la campaña tuvimos el apoyo de Gustavo Donoso, profesor de medicina veterinaria de la USFQ que dio una charla sobre el bienestar animal y la tenencia responsable de mascotas, también hicimos un live con Ángela Orna dueña veterinaria y dueña de la clínica Veterinaria CanFel donde se habló de la importancia de

los cuidados que deben tener todas las mascotas y educar a las personas sobre la ordenanza 019.

4.6.3 Públicos de interés

El público de interés de 019 por una tenencia responsable son los estudiantes de colegio, estudiantes universitarios, las personas que cuentan con una mascota o varias y las que estén interesadas con el tema a tratar. Es decir que nuestro público de interés se empezó desde los niños hasta los adultos mayores, con el objetivo de socializar ordenanza 019 y la tenencia responsable de mascotas.

4.7 Objetivos

4.7.1 Objetivo General

Diseñar una campaña de comunicación con el fin de socializar y promover la ordenanza 019 del Distrito Metropolitano de Quito en el periodo de abril hasta inicios de mayo.

4.7.2 Objetivos Específicos

- Informar y difundir la ordenanza 019 y las 5 libertades que corresponde a la misma en el periodo de abril hasta el 6 de mayo.
- Informar sobre la tenencia responsable de mascotas en colegios y en el sector donde se hará la jornada de desparasitación.

4.8 Fases de las campañas

Fase de expectativa: 019, en colegios

Objetivo: Generar contenido en redes sociales de lo que se trata la campaña, sobre que es la tenencia responsable de mascotas y dar charlas en colegios que estén dentro del distrito metropolitano de Quito.

Estrategia	Propósito	Público	Táctica	Actividades
Publicaciones en redes sociales constantemente Empezar con charlas a colegios	Informar sobre el inicio de la campaña y sobre el tema a tratar en la misma.	Veterinarios, adultos que tengan una mascota y estudiantes universitarios.	Difundir el contenido por las redes sociales de la campaña en Instagram. Hacer un acercamiento con colegios del sector y plantearles sobre las charlas.	Crear las redes sociales de la campaña. Crear el contenido y subir a redes sociales. Realizar las charlas en los colegios acordados después del acercamiento con el mismo.

Fase informativa: 019, llega a tu casa

Objetivo: Socializar a las personas del sector Barrio El Vergel, de la ordenanza 019 y la tenencia responsable de mascotas puerta a puerta.

Estrategia	Propósito	Público	Táctica	Actividades
Censo de mascotas en el sector Barrio El Vergel. Desparasitación de mascotas del sector censado. Informar sobre la tenencia responsable de mascotas y la ordenanza 019 en el sector.	Saber cuántos animales existen en el sector de Tababela Barrio El Vergel. Informar sobre la ordenanza 019 y la tenencia responsable de mascotas.	Personas adultas que tengan una mascota. Todo público.	Ir puerta a puerta e informar sobre la ordenanza 019 y la tenencia responsable de mascotas mediante un flyer.	Crear contenido en redes sociales. Desparasitar a las mascotas del sector censado. Utilizar el flyer como método de apoyo para difundir la ordenanza 019.

Fase de recordación: 019, cuida a tus mascotas.

Objetivo: Socializar con las personas los cuidados que debería tener una mascota y hablar sobre el bienestar animal.

Estrategia	Propósito	Público	Táctica	Actividades
<p>Conversatorio de los cuidados de los animales con Ángela Orna.</p> <p>Charla sobre el bienestar animal y tenencia responsable de mascotas.</p>	<p>Informar sobre que cuidados son fundamentales para las mascotas.</p>	<p>Todo público</p> <p>Jóvenes universitarios, adultos que tengan una mascota, veterinarios.</p>	<p>Difundir en redes sociales las actividades que se realizarán en la etapa de recordación.</p>	<p>Live en Instagram para el conversatorio.</p> <p>Charla virtual mediante la plataforma zoom</p>

4.9 Ejecución de la campaña

4.9.1 Contenido en redes sociales

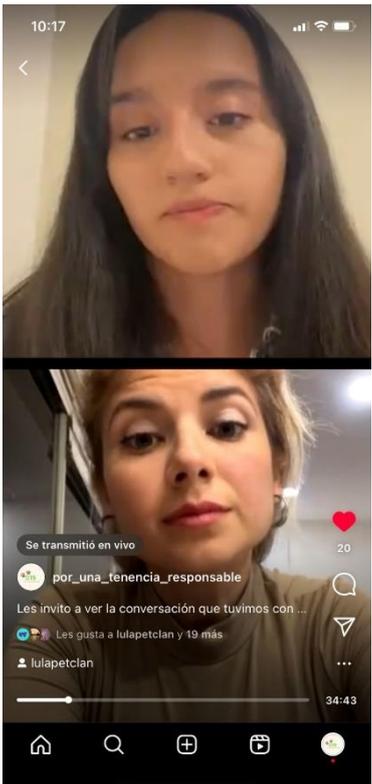
Artes redes sociales	Indicadores de Instagram
	<p>Número de interacciones: 10</p> <p>Número de impresiones: 254</p> <p>Número de me gusta: 16</p> <p>Número de comentarios: 1</p> <p>Alcance: 170</p>

 <p>¡TENEMOS LIVE! 📺</p> <p>MAÑANA 8:00 PM</p> <p>CONVERSAREMOS SOBRE LA ORDENANZA 019</p> <p>Con nuestra invitada:</p> <p>LORENA ROBALINO Fundadora de Lula Pet Clan - Comunidad Pet Friendly</p> <p>NO TE LO PIERDAS!</p>	<p>Número de interacciones: 11</p> <p>Número de impresiones: 250</p> <p>Número de me gusta: 18</p> <p>Número de comentarios: 0</p> <p>Alcance: 190</p>
 <p>¿QUÉ ES LA ORDENANZA 019?</p> <p>La ORDENANZA N° 019 es el código municipal sobre Bienestar Animal para el Distrito Metropolitano de Quito.</p> <p>El bienestar animal se basa en las 5 libertades que se menciona en la ordenanza.</p>	<p>Número de interacciones: 9</p> <p>Número de impresiones: 240</p> <p>Número de me gusta: 15</p> <p>Número de comentarios: 0</p> <p>Alcance: 200</p>
 <p>"POR UNA TENENCIA RESPONSABLE PARA MIS MASCOTAS"</p> <p>019: Por una tenencia responsable</p> <p>ANUNCIA QUE HAREMOS LA DESPARASITACIÓN A LOS ANIMALES DE COMPAÑÍA EN TABABELA, BARRIO EL VERGEL.</p> <p>Fecha: Domingo 7 de Mayo Hora de inicio: 9:00 am Hora de finalización: 13:00pm</p>	<p>Número de interacciones: 8</p> <p>Número de impresiones: 220</p> <p>Número de me gusta: 14</p> <p>Número de comentarios: 0</p> <p>Alcance: 180</p>

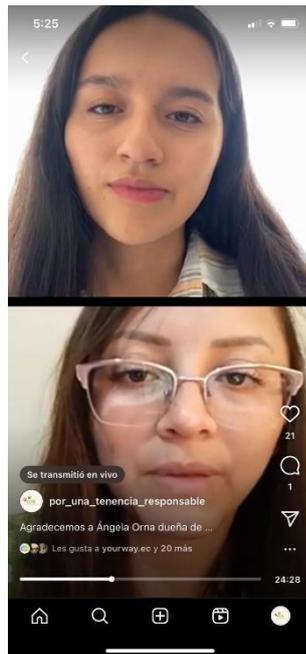
 <p>¿CUÁLES SON LAS 5 LIBERTADES DE LAS MASCOTAS?</p> <p>1. Libre de hambre, sed y desnutrición.</p> <p>2. Libre de dolor, miedos y angustias.</p> <p>3. Libre de incomodidades físicas o térmicas.</p> <p>4. Libre de dolor, lesiones y enfermedades.</p> <p>5. Libre de expresar su comportamiento normal o natural.</p>	<p>Número de interacciones: 15</p> <p>Número de impresiones: 300</p> <p>Número de me gusta: 22</p> <p>Número de comentarios: 0</p> <p>Alcance: 220</p>
 <p>¡TENEMOS LIVE! 📺</p> <p>VIERNES 4:00 PM</p> <p>¿QUE CUIDADOS DEBEN TENER NUESTRAS MASCOTAS?</p> <p>Con nuestra invitada:</p> <p>ÁNGELA ORNA Dueña de la Clínica Veterinaria CanFel</p> <p>NO TE LO PIERDAS!</p>	<p>Número de interacciones: 3</p> <p>Número de impresiones: 150</p> <p>Número de me gusta: 11</p> <p>Número de comentarios: 0</p> <p>Alcance: 150</p>

 <p>!TENEMOS ZOOM!</p> <p>VIERNES A LAS 7:00 PM ID: 85973523593</p> <p>HABLAREMOS SOBRE ¿QUÉ ES LA TENENCIA RESPONSABLE ?</p> <p>Con nuestro invitado:</p> <p>GUSTAVO DONOSO Profesor de Medicina Veterinaria de la USFQ</p> <p>NO TE LO PIERDAS!</p>	<p>Número de interacciones: 5</p> <p>Número de impresiones: 150</p> <p>Número de me gusta: 10</p> <p>Número de comentarios: 0</p> <p>Alcance: 180</p>
--	---

Lives en Instagram

Live	Indicadores de Instagram
<p>Live con Lorena Robalino sobre la ordenanza 019.</p> 	<p>Numero de reproducciones: 65</p> <p>Numero de cuentas alcanzadas: 80</p>

Ángela Orna dueña de la veterinaria CanFel.



Numero de reproducciones: 44

Numero de cuentas alcanzadas: 60

4.9.2 Contenido de la campaña digital



4.9.3 Gestión de medios

Fecha	Medio	Hora
21 abril del 2023	Bravo Stereo	10:00 am
3 de mayo 2023	Ponte Once Radio	3:30 pm a 4:00 pm
4 de 2023	Radio Municipal	3:30 pm

Bravo Stereo	Ponte Once Radio	Radio Municipal FM 102.9
		

4.9.4 Resultados Fase de Expectativa

En esta fase se planteó hacer charlas a estudiantes de colegio, los colegios que tuvimos respuesta fue el colegio El Sauce por medio de Stella de la Torre que fue una de nuestras aliadas estratégicas y con la escuela Ricardo Rodríguez ubicada en Pifo, al confirmarnos estas escuelas tuvimos la oportunidad de hablar a jóvenes de 15 años, en

la charla se les explico sobre los cuidados que deben tener las mascotas y explicar sobre la ordenanza 019, se finalizó la charla con un juego para saber si aprendieron el tema. Entre los dos colegios el total de estudiantes que recibieron la charla fue 60, los cuales pudieron aprender del tema y aclarar todas sus dudas al respecto del mismo. (Anexo 1)

4.9.5 Resultados Fase Informativa

Esta fase fue muy importante para la campaña ya que se realizó un censo de mascotas en el sector Barrio El Vergel Alto, Tababela. El día domingo 30 de abril se determinó cuantos animales de compañía hay en el sector, el censo fue realizado aproximadamente a 80 familias donde pudimos verificar que existen 200 animales en el sector. Con esta información se pudo planificar la jornada de desparasitación para el domingo 7 de abril del 2023.

La empresa Tadec fue la que nos proporcionó los desparasitantes para todas las mascotas del sector, el día domingo 7 de abril contamos con la ayuda de estudiantes veterinarios y médicos veterinarios para que realicen la desparasitación a todas las mascotas. Se empezó a las 10 de la mañana y se finalizó a la 1:30 de la tarde cumpliendo la jornada de desparasitación, el total de perros y gatos que fueron desparasitados fueron de 160, además se utilizó un flyer el cual contaba con información de la ordenanza 019 y cuando se hacia la desparasitación de cada mascota al dueño se le explicaba sobre la ordenanza mencionada, cabe recalcar que se hizo puerta a puerta la desparasitación. (Anexo 2)

4.9.6 Resultados Fase de Recordación

En esta fase se realizó un live en Instagram con Ángela Orna dueña de la clínica veterinaria Lula Pet Clan donde se hizo un conversatorio de los cuidados que los

animales de compañía deberían tener siempre, además se habló sobre la importancia de saber la ordenanza 019 y las 5 libertades que se mencionan en la misma.

Por otro lado, se hizo una charla la cual tuvimos participación de Gustavo Donoso profesor de medicina veterinaria de la USFQ, el tema de la charla fue el bienestar animal y la tenencia responsable de mascotas. El total de participantes que estuvieron fueron 21 en donde la mayoría de personas eran del sector donde se había desparasitado a las mascotas, la charla duro una hora aproximadamente donde se terminó con inquietudes del público, pero fueron respondidas por nuestro expositor, hay que resaltar que esta charla tuvo un gran impacto en esta fase de recordación.

4.10 Logros no esperados

Se logro crear vínculos con los aliados estratégicos que estuvieron presentes durante toda la campaña, también se logró crear un vínculo muy fuerte con el sector que se realizó la desparasitación en la cual nos preguntaban cuando se realizará la campaña de esterilización a las mascotas por lo tanto pudimos dejar un impacto en el sector de Tababela Barrio El Vergel. La campaña 019, por una tenencia responsable creo fuertes vínculos con aliados estratégicos que apoyan que en un futuro crear un proyecto en el que se implemente todo lo realizado en otro sector e ir educando a las personas sobre la importancia de la ordenanza 019 y la tenencia responsable de mascotas con el fin de que en un futuro la sociedad este más informada y baje el porcentaje que existe de animales abandonados.

CONCLUSIONES

En conclusión, dentro de la investigación se pudo determinar cuál es la principal problemática dentro del distrito metropolitano de Quito que es la que afecta en la salud pública, podemos mencionar que el alto porcentaje de perros abandonados en la calle nos permite analizar que problemas se pueden derivar de la misma, cabe aclarar que los animales que están abandonados pueden tener enfermedades que pueden transmitir a las personas y más a los niños.

Es muy importante informarse bien sobre la ordenanza 019 ya que se debe explicar los puntos claves que se mencionan en la misma, la ordenanza 019 es un documento muy extenso por lo que hay que transmitir a las personas los puntos más claves como las 5 libertades que es muy importante que las personas que tengan una mascota se informen y, por otro lado, conozcan sobre las sanciones que existen y mencionan en la misma. Con la comunicación y realizando varias actividades se puede educar a las personas para que se informen más sobre el tema de la tenencia responsable de mascotas y la ordenanza 019 con el fin de que los responsables de las mascotas les den una mejor vida a sus animales de compañía.

La campaña realizada de educación – comunicación tuvo como objetivo claro informar sobre la tenencia responsable de mascotas, puedo decir que cumplimos el objetivo en el sector que realizamos el censo y la jornada de desparasitación, hay que considerar que las personas que habitan en este sector son algunas de escasos recursos por lo que recurrimos hacer el censo y la desparasitación puerta a puerta con el fin de que las personas se informen bien sobre el tema abordado durante el mes de abril hasta inicios de mayo.

Referencias:

Alcaldía promulgó la ordenanza 19 de bienestar animal. (2021, 11 enero). Recuperado de: <http://www.quitoinforma.gob.ec/2021/01/11/alcaldia-promulgo-la-ordenanza-019-de-bienestar-animal/>

Alvarado Flores, A. R. (2016). El abandono canino y su marco normativo como una problemática para el bienestar animal y social en Morelia, Michoacán.

Barranquero-Carretero, A. (2007). Concepto, instrumentos y desafíos de la educación para el cambio social. *Comunicar*, 15(29), 115-120.

Barrios, E. T. (2011). *Comunicación estratégica*. Taurus.

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. Tenencia responsable de mascotas. Ley Fácil. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile.

Bienestar Animal. (2022, 2 agosto). OMSA - Organización Mundial de Sanidad Animal. Recuperado de: <https://www.woah.org/es/que-hacemos/sanidad-y-bienestar-animal/bienestar-animal/>

El comercio, 2022. “Mas de un millón de perros y gatos deambulan por Quito”. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/quito/perros-gatos-deambulan-quito-abandono.html>

El maltrato del perro:secuelas en el animal. EROSKI (2012, 30 enero). Recuperado de:

Galarraga Andrade, J. P., & Carrillo García, A. C. (2020). *Cuatro patitas con un hogar: concientizar y promover la tenencia responsable de perros en el Distrito Metropolitano de Quito* (Bachelor's thesis, Quito).

<https://www.consumer.es/mascotas/el-maltrato-del-perro-secuelas-en-el-animal.html>

Marketing social: ¿Qué es y cómo usarlo de manera efectiva? (2021, 26 de abril).

Shopify. Recuperado de: <https://www.shopify.com/es/blog/marketing-social>

Monroy, A. (2018). En Quito el abandono de perros y gatos aún no se controla Esta noticia ha sido publicada originalmente por Diario EL TELÉGRAFO bajo la siguiente dirección: 90 <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/1/quito-abandono-animales>

Mora Espinoza, C. A., & Tomalá Nazareno, J. O. (2012). *Análisis del abandono animal en las calles de la ciudad de Guayaquil con la propuesta de la creación de un* Morales, D. P. (2016). Una aproximación al marketing social. *Pensamiento & Gestión*, (41), VII-XII.

Obregón, R. (2007). Portal de la Comunicación InCom-UAB · Lecciones del portal.

Obtenido de PORTALCOMUNICACIÓN.COM:

https://incom.uab.cat/portalcom/wpcontent/uploads/2020/01/49_esp.pdf

Plazas, V. M. C., Tibocho, D. M. G., Vélez, E. G., & Peralta, G. F. P. (2014). Salud pública, responsabilidad social de la medicina veterinaria y la tenencia responsable de mascotas: una reflexión necesaria. *Revista Eletrónica de Veterinária*, 15(5), 1-18.

programa radial en FM sobre el bienestar animal (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil. Facultad de Comunicación Social).

Quito, C. M. (2011). Ordenanza Municipal No. 0048. Quito: Municipio de Quito.

Recuperado de:

http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20MUNICIPALES%202011/ORDM0048%20%20%20%20TENENCIA,%20PROTECCIÓN%20Y%20CONTROL%20DE%20FAUNA%20URBANA.pdf

Santiago Fernández, L. (2013). El maltrato animal desde un punto de vista criminológico. *Derecho y cambio social*, 10(33), 19.

Scheinsohn, D. (2009). *Comunicación estratégica*. Ediciones Granica SA.

Selman, H. (2017). *Marketing digital*. Ibukku.

Tufte, T. (2015). *Comunicación para el cambio social*.

Valdés, C. S. (2017). La Comunicación para el Cambio Social: una mirada participativa al concepto de desarrollo. En Janus, *A comunicação mundializada* (págs. 104-105).

Lisboa: Universidad Autónoma de Lisboa. Obtenido de

https://janusonline.pt/images/anuario2017/2.3.5_CristinaValdés_Comunicación_Cambio_Social.pdf

Vargas Arrieta, G. (2017). Marketing digital y su poder en la comunicación.

ANEXO A

Escuela Ricardo Rodríguez (Pifo)



Colegio El Sauce School



ANEXO B

